

ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit
Rakuten und Trusted Shops

Januar 2012



Sehr geehrte Damen und Herren,

kaum ist das Weihnachtsgeschäft vorbei, müssen die Online-Händler deutliche Umsatzeinbrüche verzeichnen. So bewertet etwa jeder vierte Befragte seine Umsätze im Januar als (sehr) negativ. Ebenfalls etwa ein Viertel der Befragten schätzt die aktuellen Online-Umsätze (sehr) positiv ein. Damit erreicht der e-KIX für die aktuelle Lage einen Wert von 99,8 Punkten und liegt nur unterhalb des neutralen Werts von 100 Punkten. Die Stimmung in der Branche ist damit insgesamt etwas besser als noch im Januar 2011 (98,1 Punkte). Auch für die Zukunft bleiben die Online-Händler optimistisch: Mehr als die Hälfte der Befragten erwartet eine leichte bis starke Verbesserung der Umsatzsituation in den kommenden zwölf Monaten. Nur jeder Zehnte rechnet mit einer weiteren Verschlechterung der Umsatzsituation.

Die Frage des Monats zeigt, dass sich gerade kleine Online-Händler mit einem verlängerten Rückgaberecht (über die gesetzliche Frist von 14 Tagen hinaus) in den Augen der Konsumenten positiv vom Wettbewerb absetzen können. Fast 30 Prozent aller befragten Online-Shopper messen einem solchen Rückgaberecht eine (sehr) große Bedeutung bei. Bislang bieten lediglich etwa 23 Prozent der befragten Online-Händler ihren Kunden ein verlängertes Rückgaberecht an.



Dr. Kai Hudetz
Geschäftsführer Institut für Handelsforschung GmbH



Das **primäre Ziel des ECC-Konjunkturindex** besteht darin, belastbare Daten zur aktuellen und zukünftigen Entwicklung des deutschen Online-Handels zu gewinnen und damit das gegenwärtig bestehende Informationsdefizit zu aktuellen und zukünftigen Entwicklungen im deutschen E-Commerce zu beseitigen. Um ein ganzheitliches Bild der E-Commerce-Landschaft zu erhalten, erhebt das ECC Handel in Zusammenarbeit mit seinen Partnern die beiden Indizes:



- **e-KIX:** ECC-Konjunkturindex **Handel** in Zusammenarbeit mit Rakuten und Trusted Shops,



- **s-KIX:** ECC-Konjunkturindex **Shopper** in Zusammenarbeit mit Hermes.

■ Methodik

- Ergebnisse
- Stichprobenmerkmale
- Fazit

■ Inhalt:

- Meinungen deutscher Online-Händler zur aktuellen Situation und prognostizierten Entwicklung des deutschen Online-Handels anhand des eigenen Online-Umsatzes.

■ Erhebungsmethode:

- Einmalige Registrierung
- Online-Kurzbefragung

■ Erhebungszeitraum:

- 23. Januar 2012 – 30. Januar 2012
- Wiederholung: monatlich

■ Stichprobe:

- Umfrage-Teilnehmer Januar 2012: N = 706



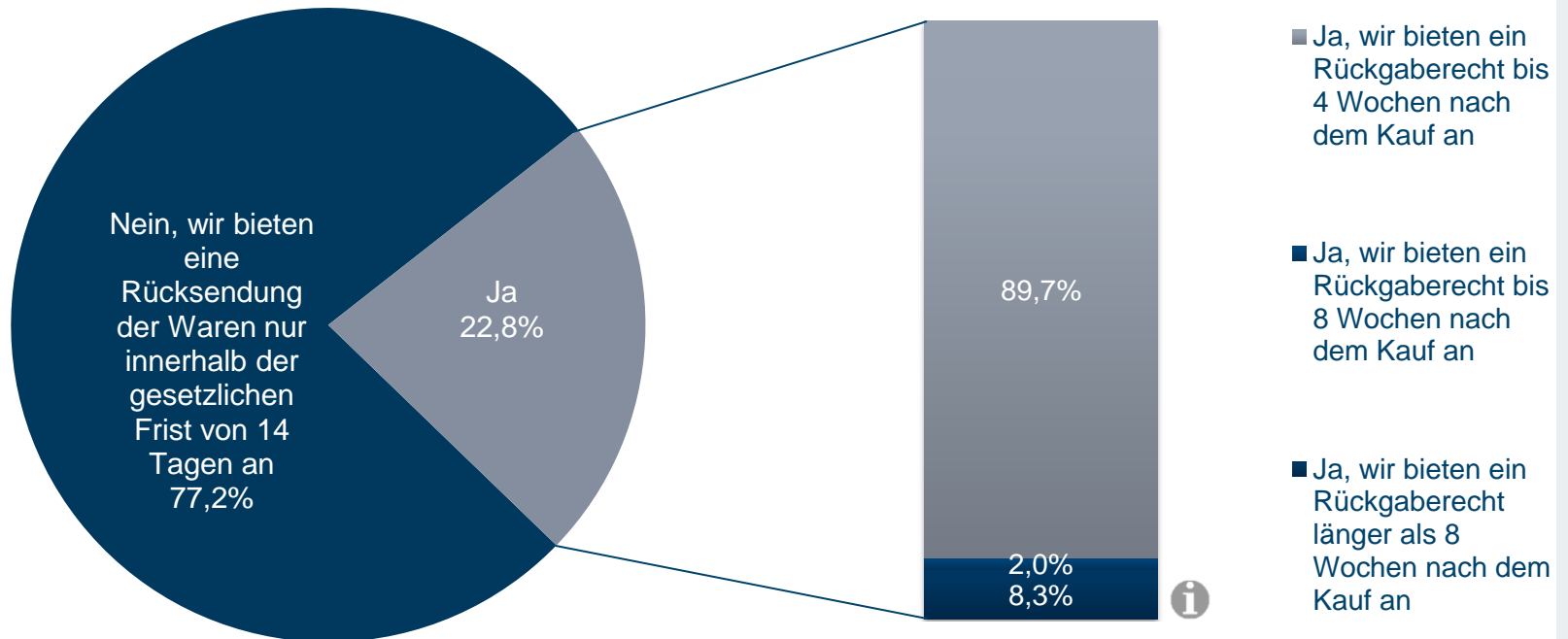
- Methodik

- **Ergebnisse**

- Stichprobenmerkmale

- Fazit

Frage: Bieten Sie Ihren Kunden ein verlängertes Rückgaberecht (über die gesetzliche Frist von 14 Tagen hinaus) an?



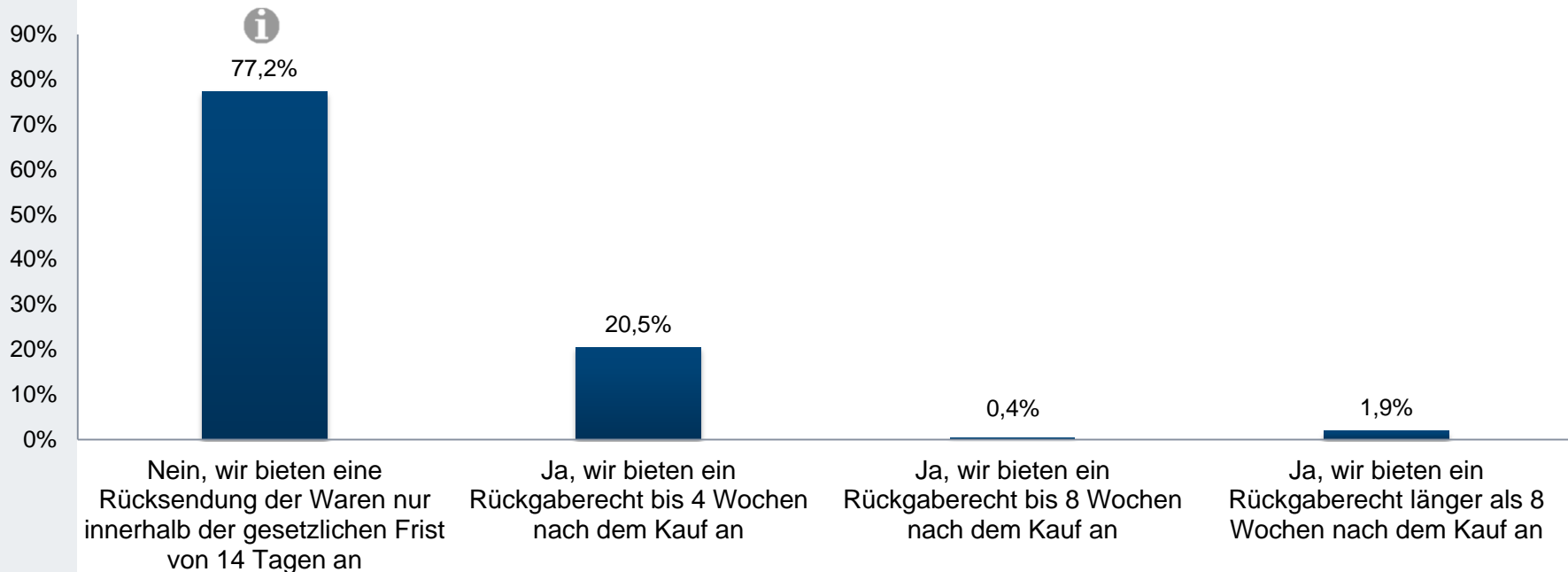
i Lesebeispiel: 8,3 Prozent der befragten Online-Händler, die ihren Kunden ein verlängertes Rückgaberecht anbieten, bieten ein Rückgaberecht länger als 8 Wochen an.

Basis: n = 684

Fehlend: n = 22



Frage: Bieten Sie Ihren Kunden ein verlängertes Rückgaberecht (über die gesetzliche Frist von 14 Tagen hinaus) an?



i Lesebeispiel: 77,2 Prozent der teilnehmenden Unternehmen bieten ihren Kunden kein verlängertes Rückgaberecht an.

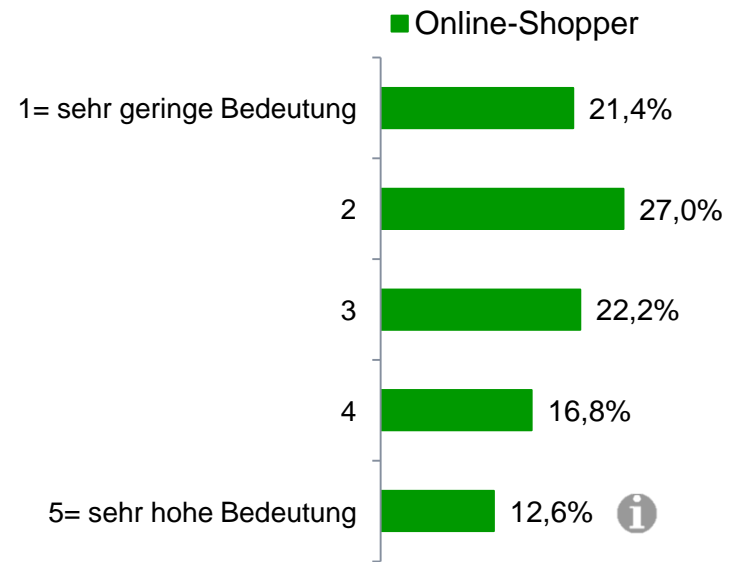
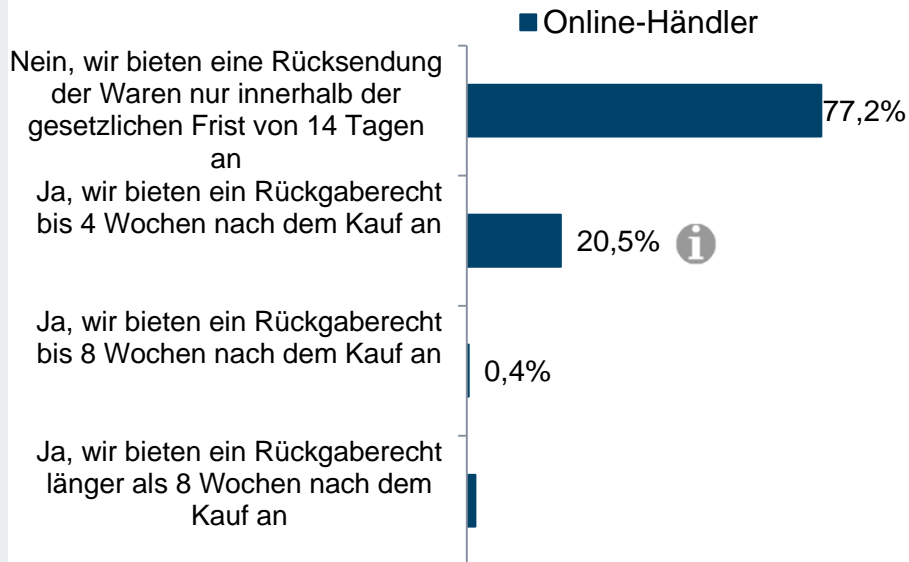
Basis: n = 684

Fehlend: n = 22



Bieten Sie Ihren Kunden ein verlängertes Rückgaberecht (über die gesetzliche Frist von 14 Tagen hinaus) an?

Welche Bedeutung hat ein verlängertes Rückgaberecht (länger als 14 Tage) für Sie bei der Auswahl eines Online-Shops?



ⁱ **Lesebeispiel:** 20,5 Prozent der befragten Online-Händler bieten ihren Kunden ein Rückgaberecht bis vier Wochen nach dem Kauf an. 12,6 Prozent der Online-Shopper messen dem verlängertem Rückgaberecht eine sehr hohe Bedeutung zu.

Basis: n = 523 (e-KIX) | n = 1.796 (s-KIX)

Fehlend: n = 5 (e-KIX) | n = 20 (s-KIX)



Beurteilung der aktuellen Online-Umsätze



Frage: Wie beurteilen Sie Ihre **aktuellen Online-Umsätze**?

i **Lesebeispiel:** 20,1 Prozent der befragten Online-Händler bewerten ihren Online-Umsatz im Monat Januar als eher negativ.

Basis: n = 706



Erwartungen an die Online-Umsatzentwicklung für die kommenden 12 Monate



Frage: Welche Erwartungen haben Sie an Ihre Online-Umsatzentwicklung für die kommenden 12 Monate?
Ich erwarte, dass sich unsere Online-Umsätze ...

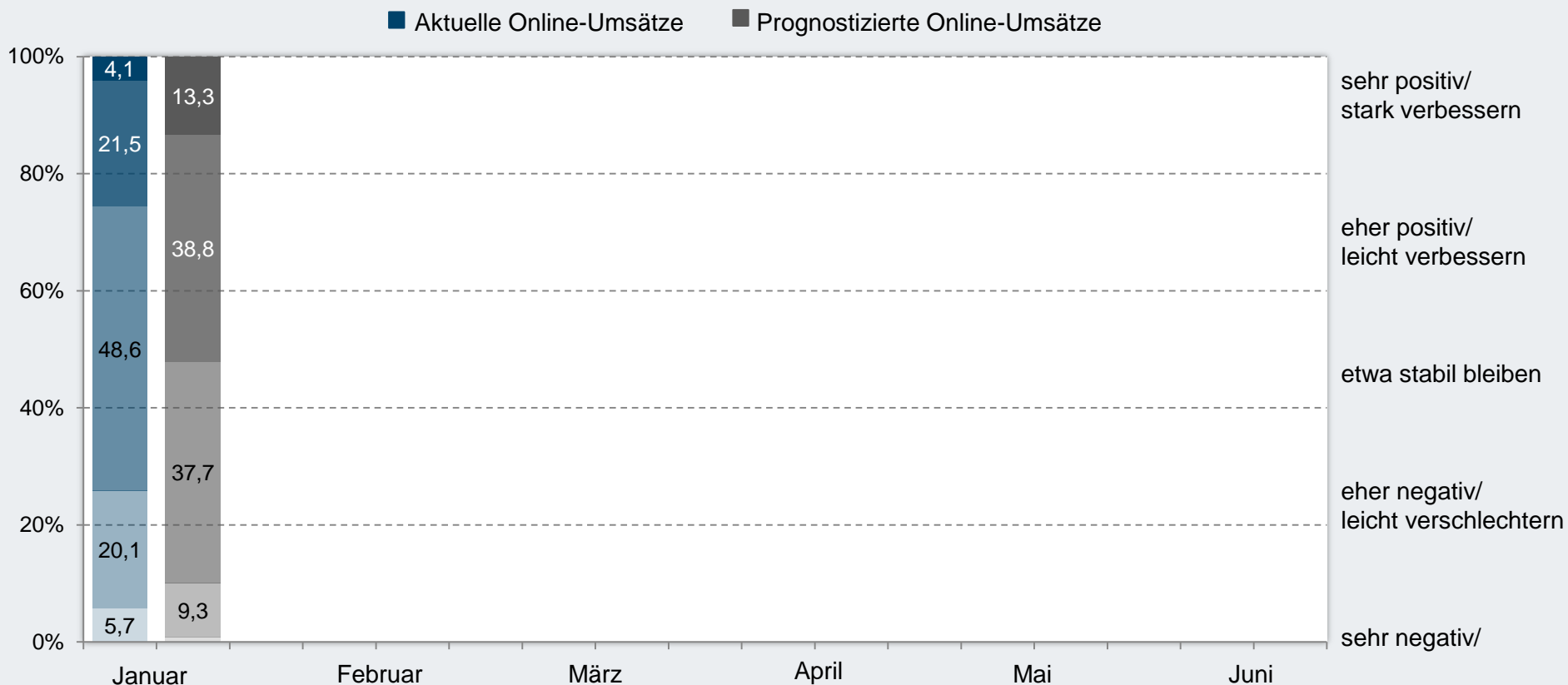
i Lesebeispiel: Im Januar erwarten 38,8 Prozent der befragten Online-Händler, dass sich Ihre Online-Umsätze in den nächsten zwölf Monaten leicht verbessern werden.

Basis: n = 706

Werte < 3% sind in der Grafik nicht ausgewiesen



Beurteilung der aktuellen Online-Umsätze und der prognostizierten Online-Umsätze



Frage 1: Wie beurteilen Sie Ihre **aktuellen Online-Umsätze**?

Frage 2: Welche Erwartungen haben Sie an Ihre Online-Umsatzentwicklungen für die **kommenden 12 Monate**?

Basis: 370 ≥ n ≥ 316

Werte < 3% sind in der Grafik nicht ausgewiesen



Beurteilung der aktuellen Online-Umsätze (e-KIX) vs. Beurteilung der aktuellen Ausgaben (s-KIX)



Frage: Wie beurteilen Sie Ihre aktuellen Online-Umsätze? (Online-Händler)
Wie bewerten Sie ihre Online-Ausgaben in diesem Monat? (Online-Shopper)

Lesebeispiel: 24,2 Prozent der Online-Shopper beurteilen ihre Online-Ausgaben im Januar als hoch.

Basis: n = 706 (e-KIX) | n = 1762 (s-KIX)



Erwartete Online-Umsätze vs. erwartete Online-Ausgaben in den kommenden 12 Monaten

■ Erwartete Online-Umsätze (Online-Händler) ■ Erwartete Online-Ausgaben (Online-Shopper)



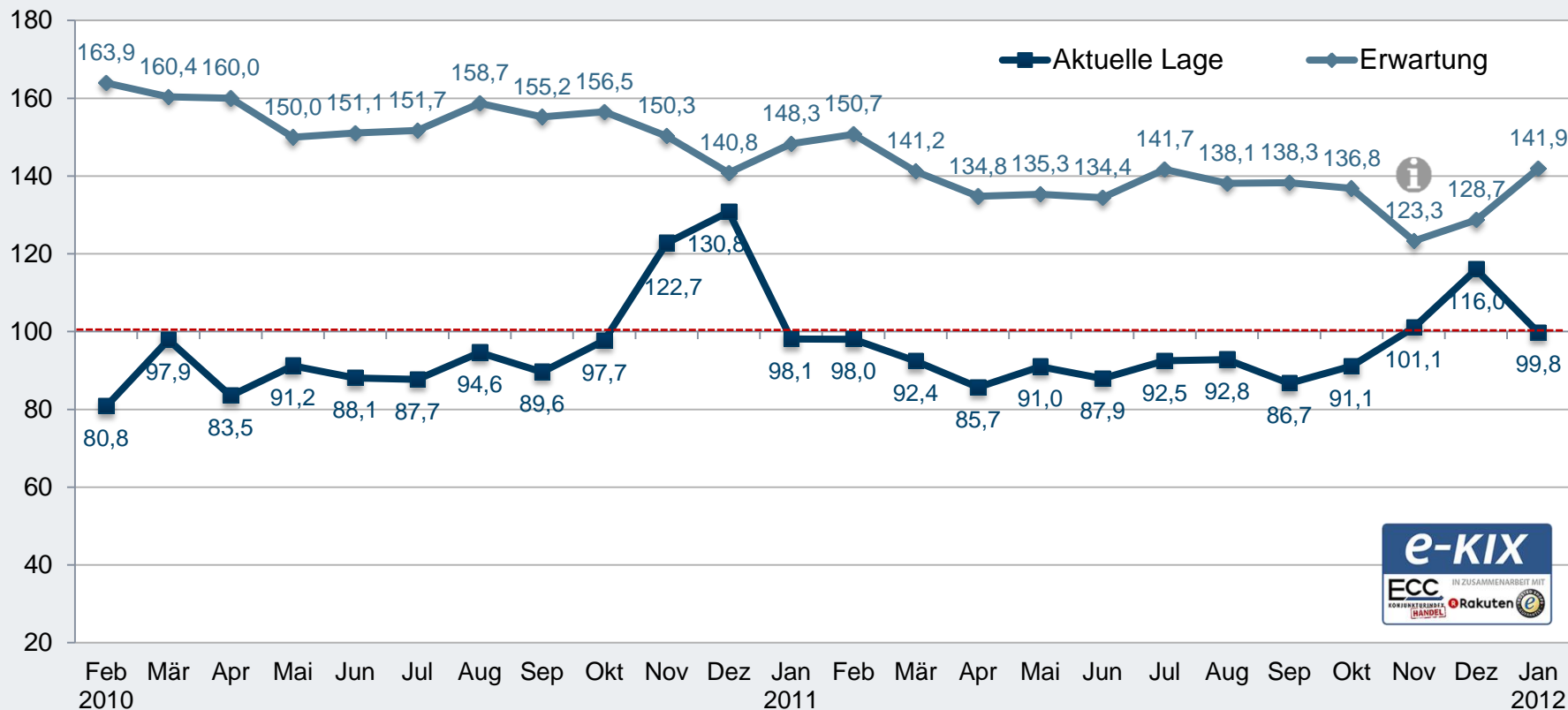
Frage: Welche Erwartungen haben Sie an Ihre Online-Umsatzentwicklung für die kommenden 12 Monate? (Online-Händler)
Wie werden sich Ihre Online-Ausgaben in den nächsten 12 Monaten voraussichtlich entwickeln? (Online-Shopper)

i Lesebeispiel: 32,3 Prozent der Shopper erwarten im Januar leicht steigende Online-Ausgaben in den kommenden 12 Monaten.

Basis: n = 706 (e-KIX) | n = 1762 (s-KIX)
Werte < 3% sind in der Grafik nicht ausgewiesen



Beurteilung der aktuellen Online-Umsätze und der erwarteten Online-Umsatzentwicklung

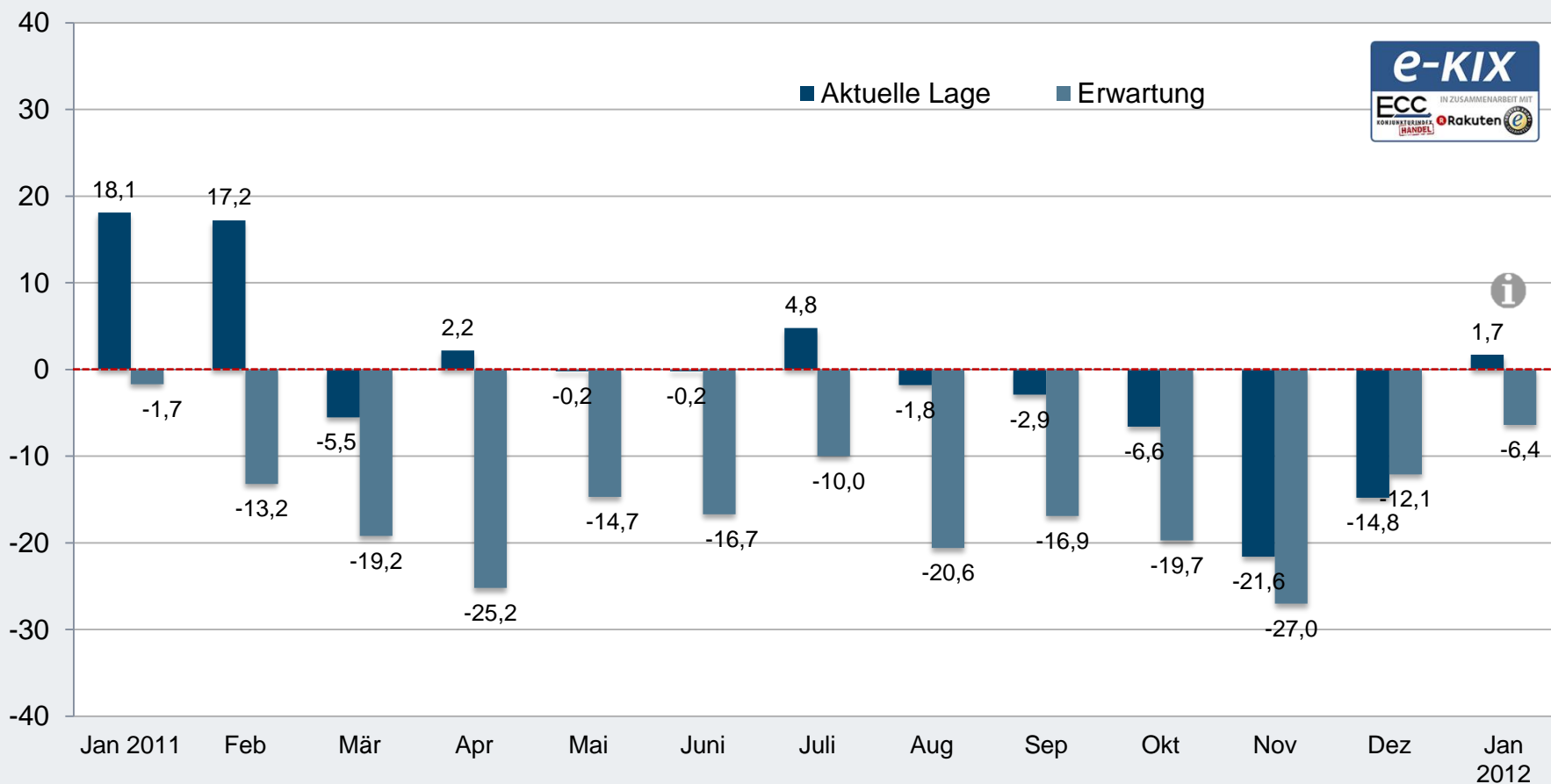


Basis: 768 ≥ n ≥ 528

i Lesebeispiel: Die Werte berechnen sich jeweils als Differenz zwischen den Anteilen positiver und negativer Beurteilungen der aktuellen bzw. erwarteten Umsatzsituation plus 100. Im November 2011 übersteigt der Anteil positiver Beurteilungen der aktuellen Umsatzsituation den Anteil negativer Einschätzungen um 23,3 Prozentpunkte. Daraus ergibt sich ein Wert von 123,3 Punkten.

AKTUELLE LAGE UND ERWARTUNG

VERGLEICH ZUM VORJAHRESMONAT

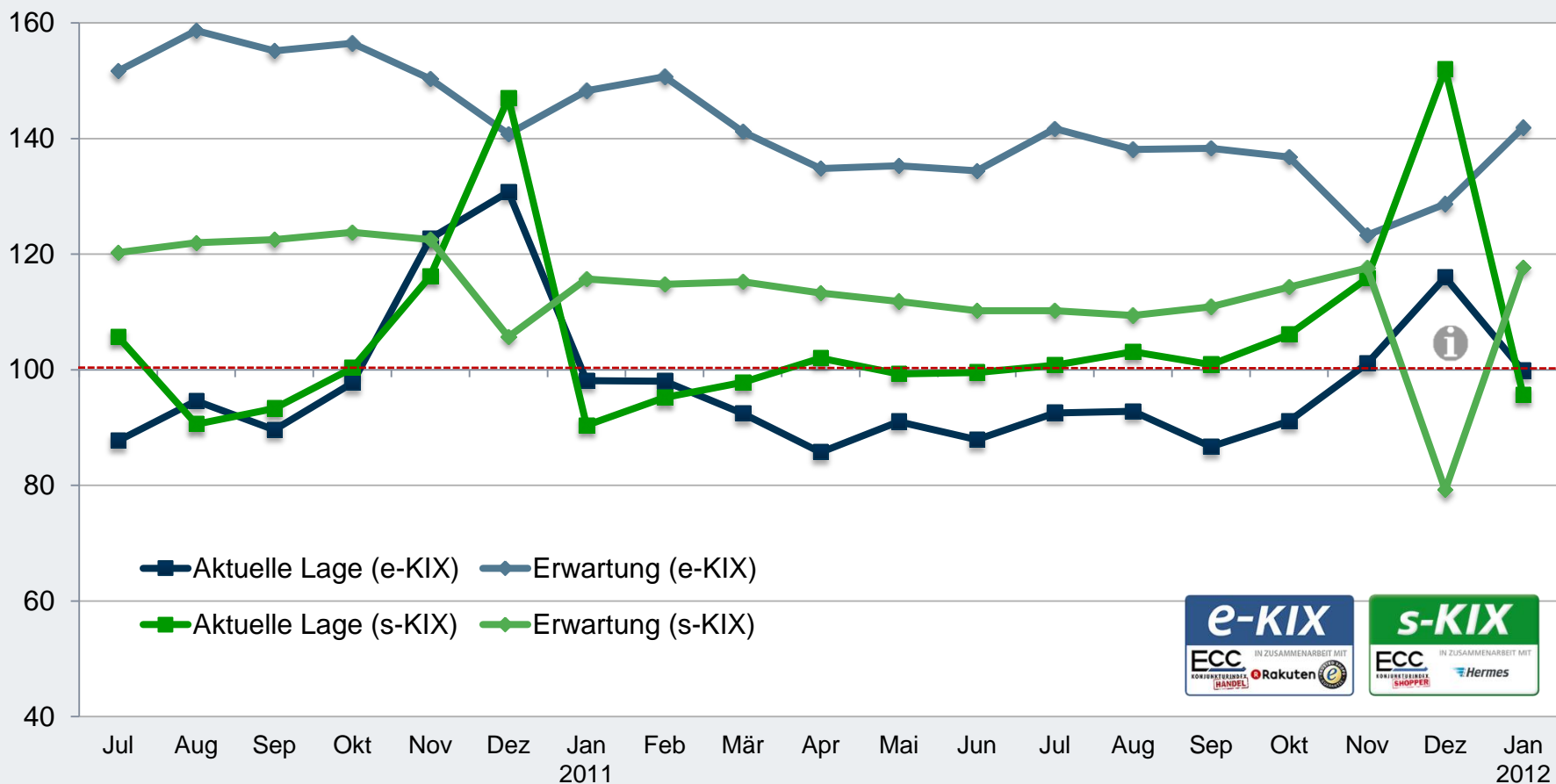


i Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Lage im Januar 2012 mit 1,7 Punkten besser und die erwartete Umsatzentwicklung mit 6,4 Punkten schlechter als im Januar 2011.

Basis: 768 ≥ n ≥ 528

AKTUELLE LAGE UND ERWARTUNG

S-KIX VERSUS E-KIX



i **Lesbeispiel:** Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im November 2011 102,9 und im Dezember 2011 mit 114,2 Indexpunkten.

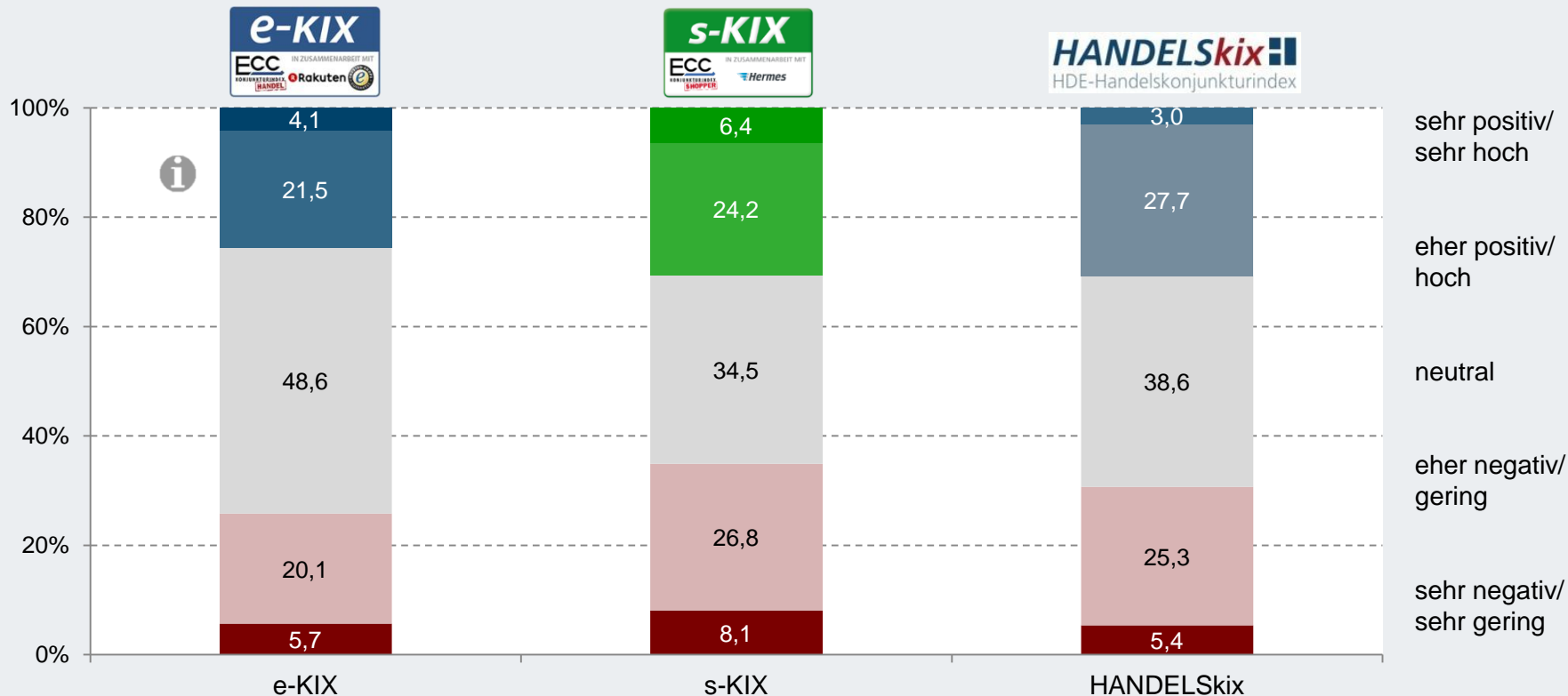
Basis: 768 ≥ n ≥ 528 (e-KIX) | 2.862 ≥ n ≥ 1.703 (s-KIX)



AKTUELLE UMSÄTZE / AKTUELLE AUSGABEN

E-KIX VS. S-KIX VS. HANDELSKIX

Beurteilung der aktuellen Online-Umsätze bzw. der aktuellen Online-Ausgaben



Frage: Wie beurteilen Sie Ihre aktuellen Online-Umsätze? (Online-Händler)
Wie bewerten Sie ihre Online-Ausgaben in diesem Monat? (Online-Shopper)
Wie bewerten Sie Ihren Online-Umsatz in diesem Monat (Online-Dienstleister)

i Lesebeispiel: Im Januar bewerten 21,5 Prozent der befragten Online-Händler ihre Online-Umsätze als eher positiv.

Basis: n = 706 (e-KIX) | n = 1762 (s-KIX) | n = 332 (HANDELSkix)

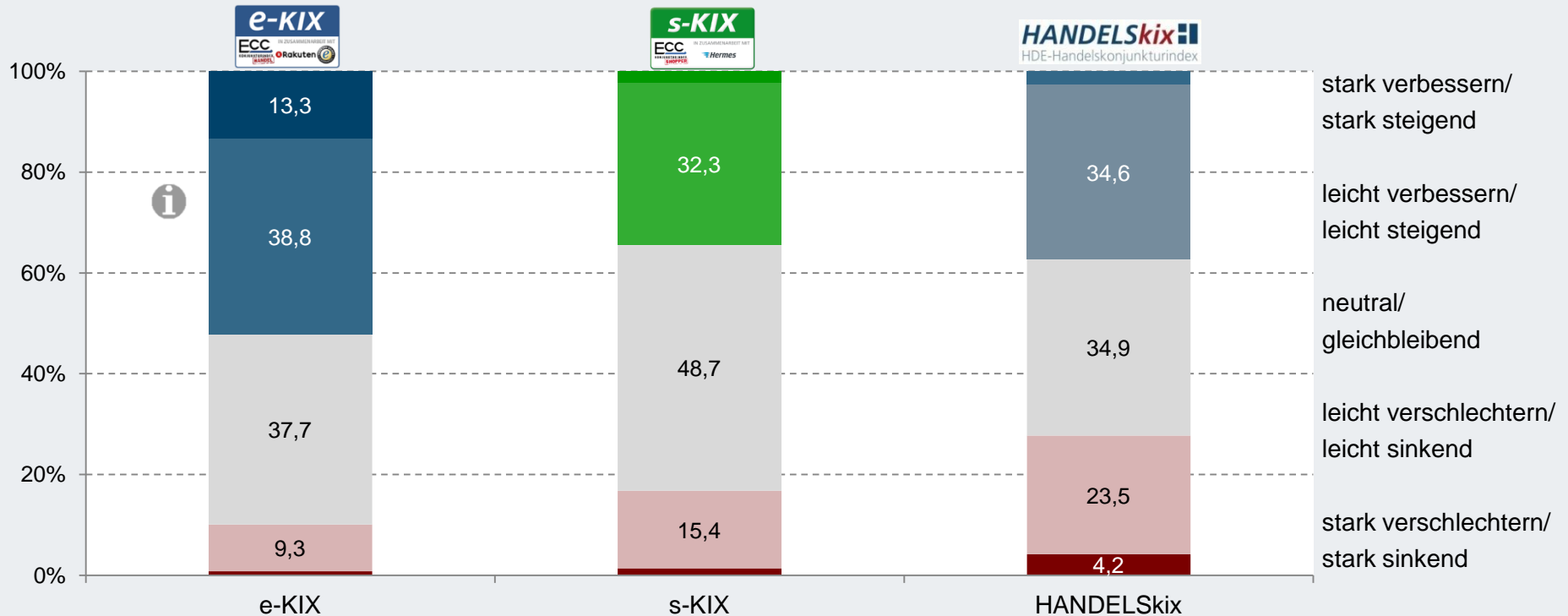
Werte < 3% sind in der Grafik nicht ausgewiesen



ERWARTETE UMSÄTZE / ERWARTETE AUSGABEN

E-KIX VS. S-KIX VS. HANDELSKIX

Erwartete Online-Umsätze, erwartete Online-Ausgaben und erwartete stationäre Umsätze in den kommenden 12 Monaten



Frage: Welche Erwartungen haben Sie an Ihre Online-Umsatzentwicklung für die kommenden 12 Monate? (Online-Händler)
Wie werden sich Ihre Online-Ausgaben in den nächsten 12 Monaten voraussichtlich entwickeln? (Online-Shopper)
Wie wird sich Ihr Online-Umsatz in den nächsten 12 Monaten voraussichtlich entwickeln? (Online-Dienstleister)

Lesebeispiel: Im Januar erwarten 38,8 Prozent der befragten Online-Händler, dass sich Ihre Online-Umsätze in den nächsten zwölf Monaten leicht verbessern werden.

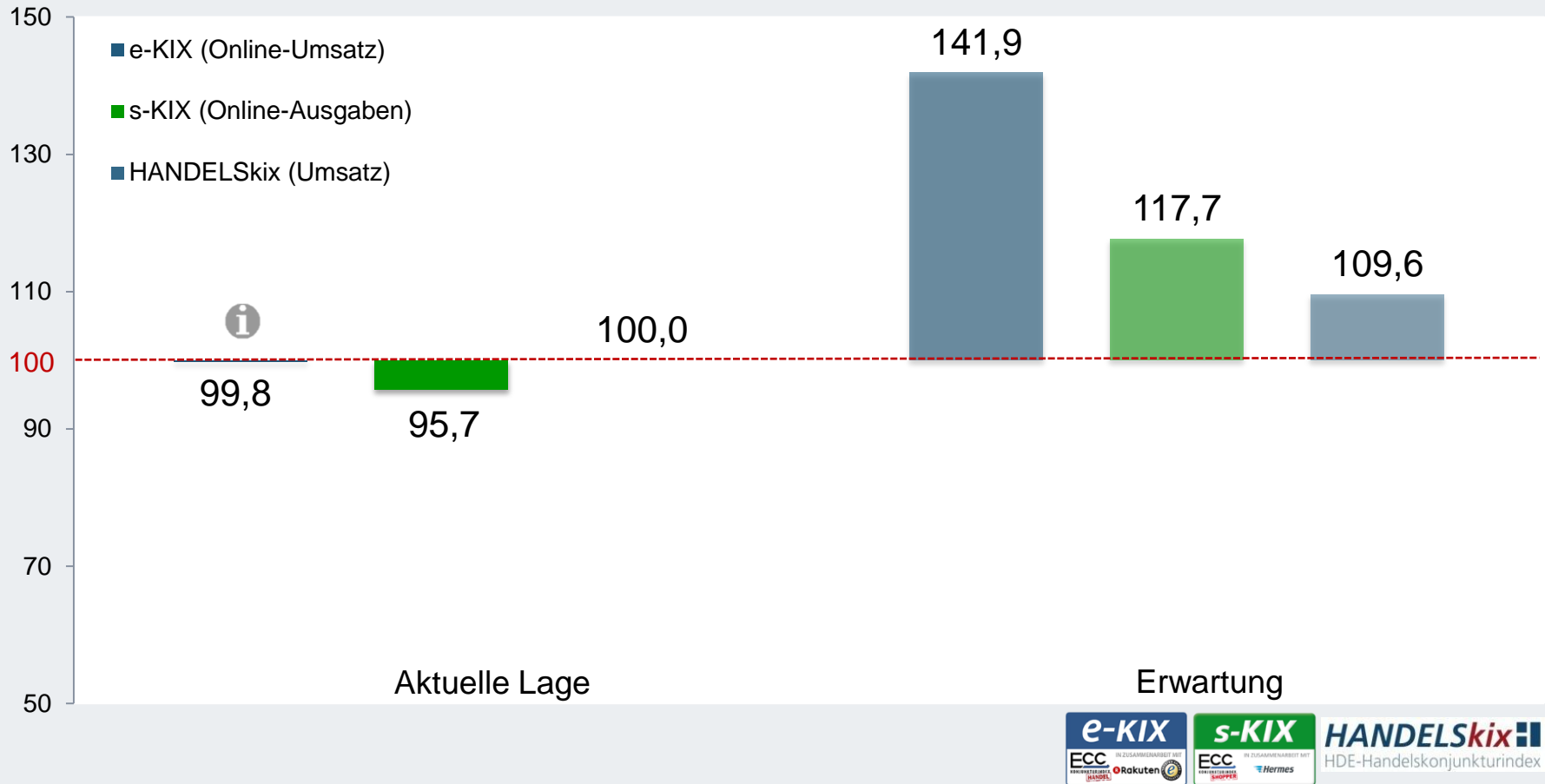
Basis: n = 706 (e-KIX) | n = 1762 (s-KIX) | n = 332 (HANDELSkix)

Werte < 3% sind in der Grafik nicht ausgewiesen



E-KIX, S-KIX UND HANDELSKIX IM VERGLEICH

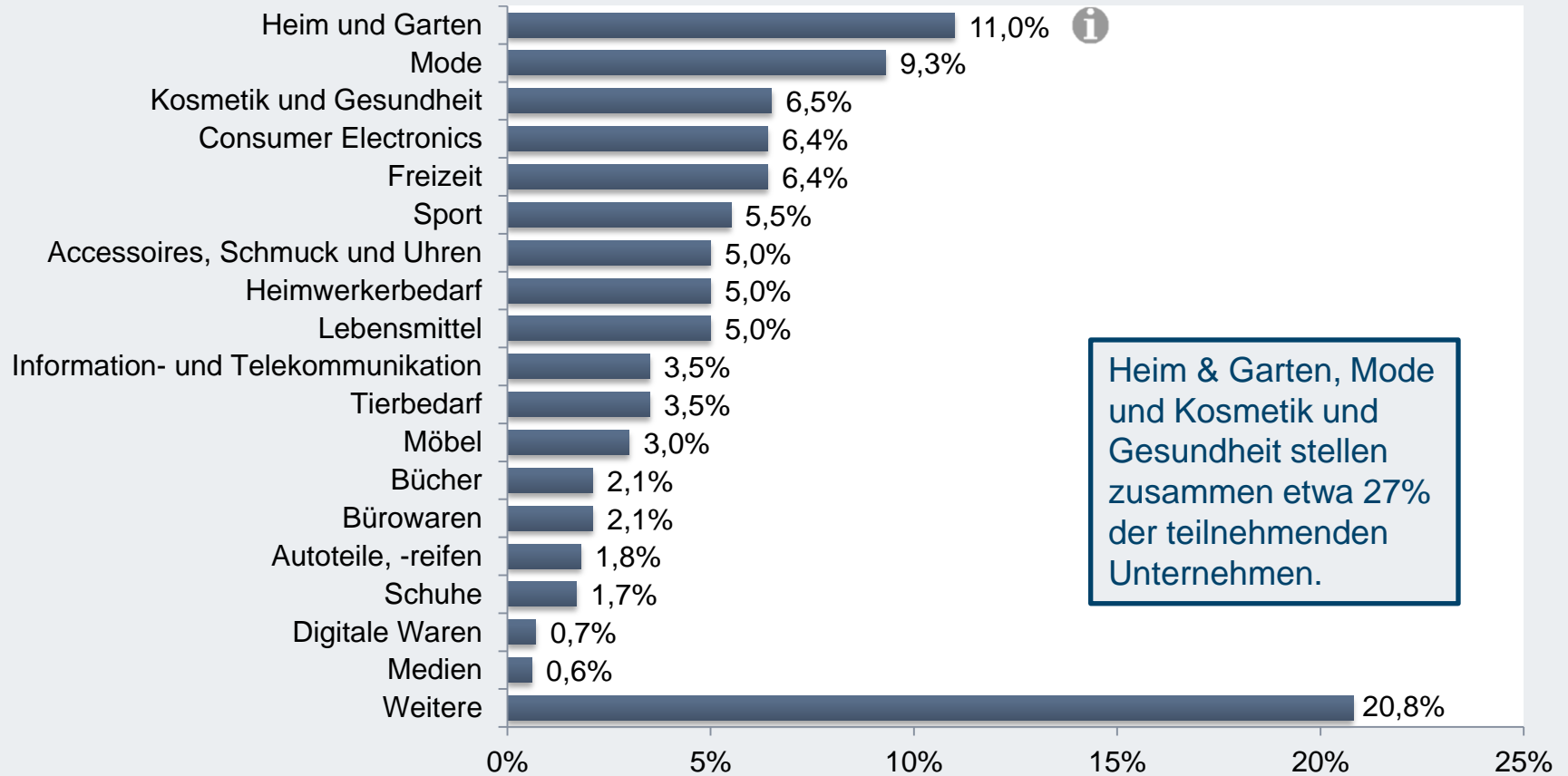
JANUAR 2012



i **Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 99,8, der s-KIX bei 95,7 und der HANDELSkix bei 100,0 Indexpunkten für die aktuelle Lage.

Basis: n = 593 (e-KIX) | n = 1.703 (s-KIX) | n = 332 (HANDELSkix)

- Methodik
- Ergebnisse
- **Stichprobenmerkmale**
- Fazit

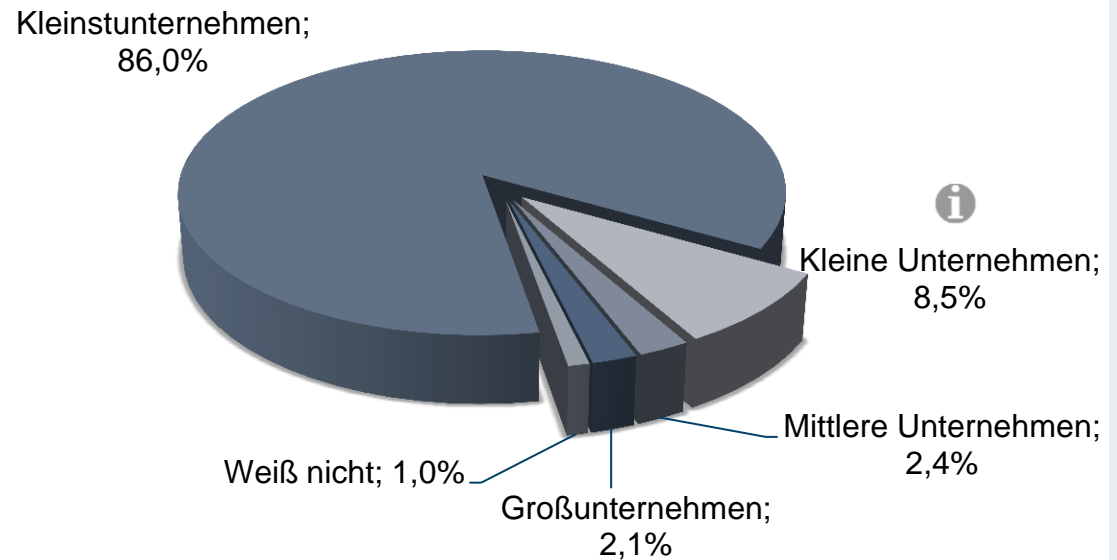


i Lesebeispiel: 11,0 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus dem Bereich Heim und Garten.

Basis: n = 706



Die Stichprobe setzt sich zu 86 Prozent aus Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern zusammen.



Kleinstunternehmen: 1-9 Mitarbeiter

Kleine Unternehmen: 10-49 Mitarbeiter

Mittlere Unternehmen: 50-249 Mitarbeiter

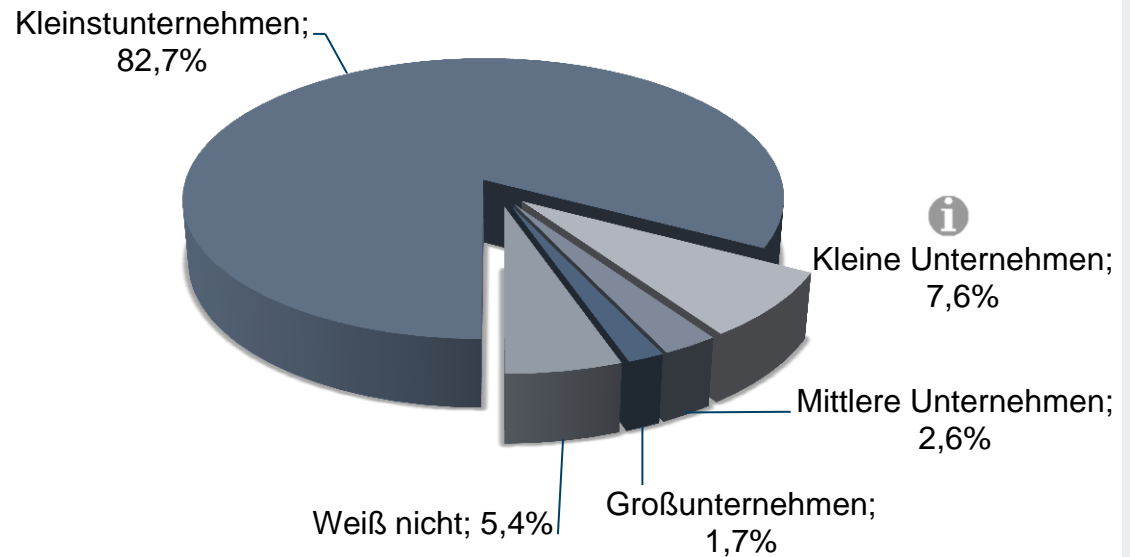
Großunternehmen: mehr als 250 Mitarbeiter

i Lesebeispiel: 8,5 Prozent der befragten Unternehmen sind kleine Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern.

Basis: n = 706



Fast 83 Prozent der Befragten generieren jährlich bis zu zwei Millionen Euro Umsatz.



Kleinstunternehmen: Bis zu 2 Mio. Umsatz

Kleine Unternehmen: 2-10 Mio. Umsatz

Mittlere Unternehmen: 10-50 Mio. Umsatz

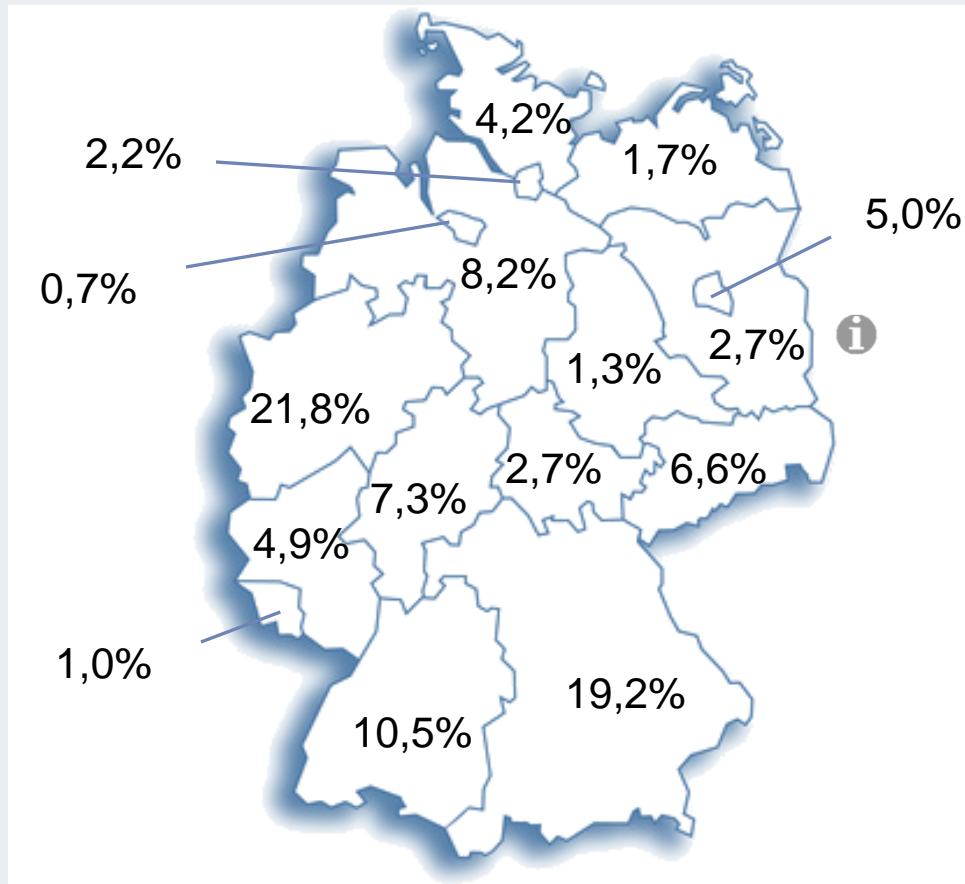
Großunternehmen: Mehr als 50 Mio. Umsatz

i Lesebeispiel: 6,4 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz zwischen 2 und 10 Millionen Euro pro Jahr.

Basis: n = 687

Fehlend: n = 19





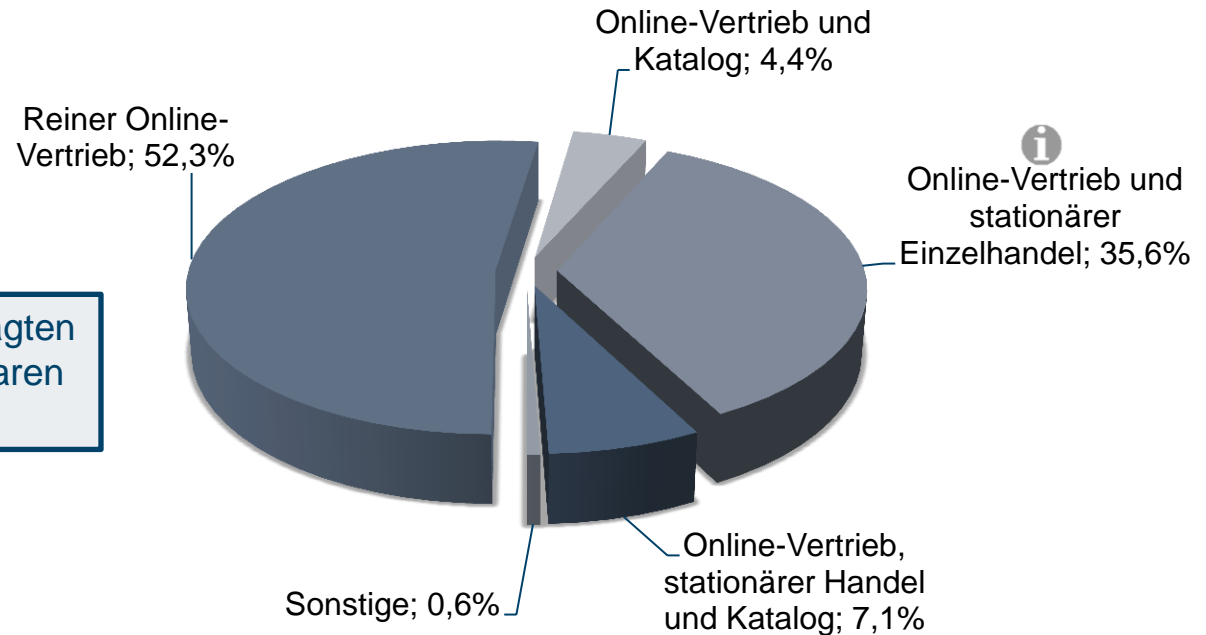
Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

i Lesebeispiel: 2,7 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben Ihren Firmensitz in Brandenburg.

Basis: n = 697

Fehlend: n = 9





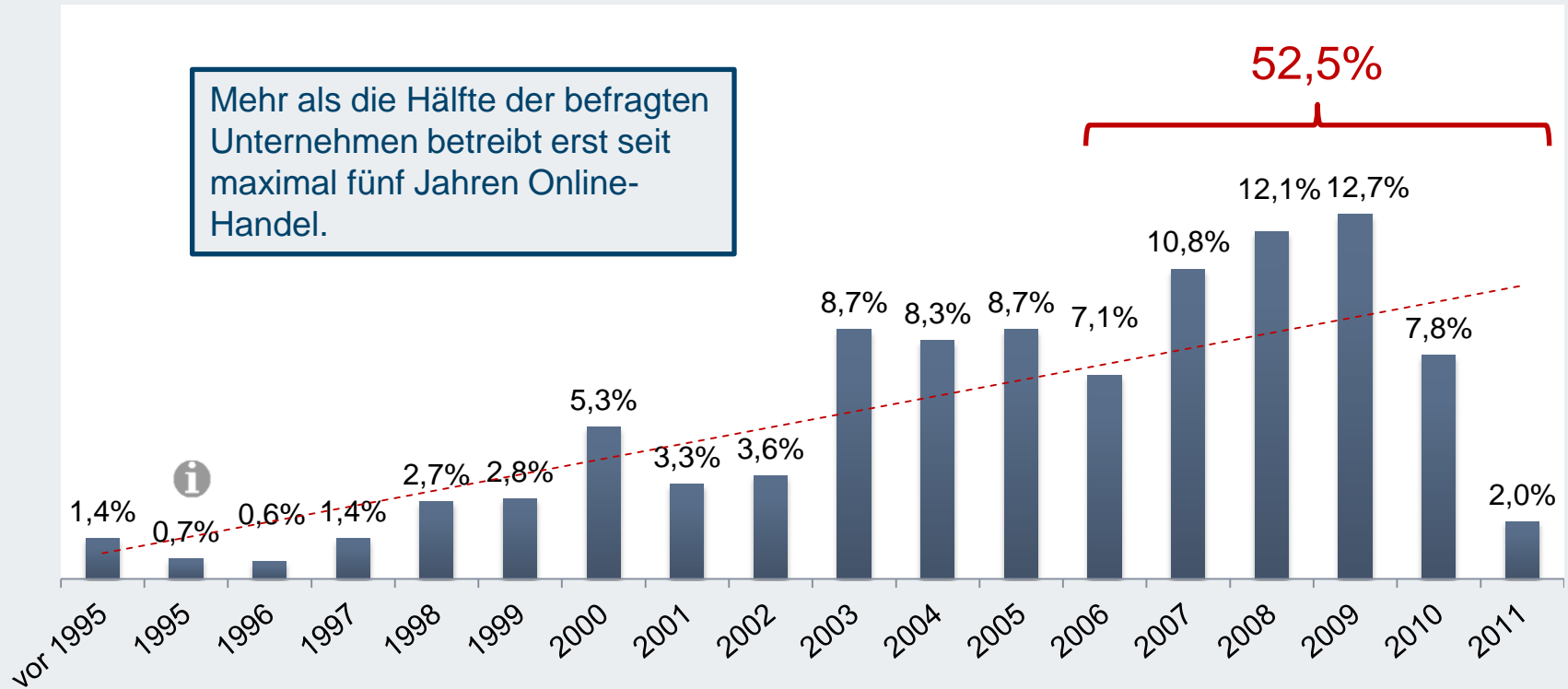
Über die Hälfte der befragten Händler vertreibt Ihre Waren nur über Distanzkanäle.

i **Lesebeispiel:** 35,6 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.

Basis: n = 703

Fehlend: n = 3





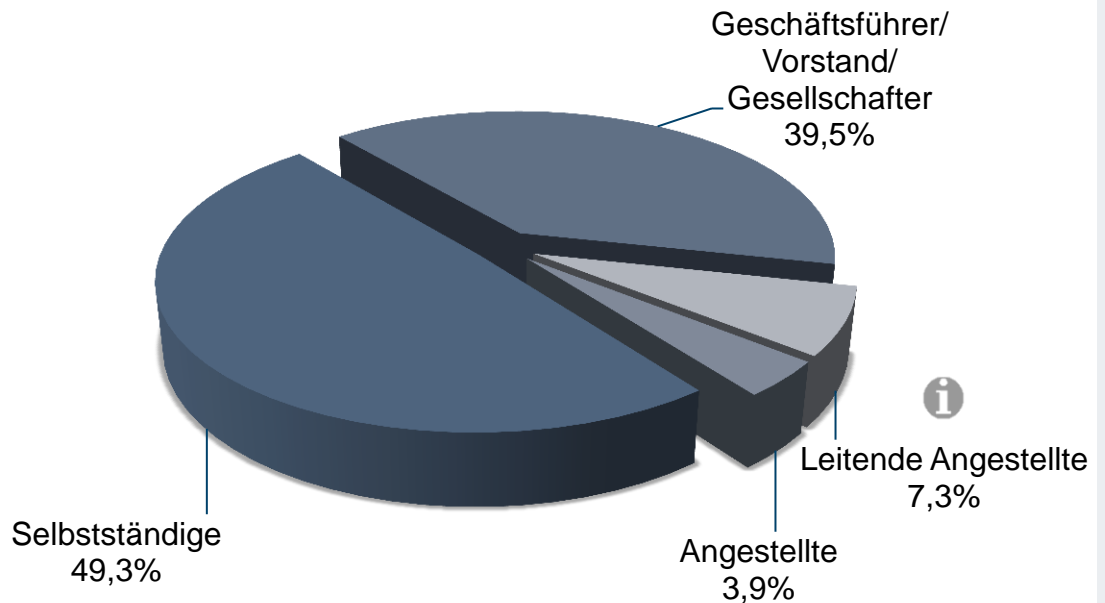
i Lesebeispiel: 0,7 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

Basis: n = 702

Fehlend: n = 4



Ca. 90 Prozent der Befragten sitzen in Entscheidungspositionen der Unternehmen – 39,5 Prozent als Geschäftsführer, Vorstand oder Gesellschafter.



i **Lesebeispiel:** 7,3 Prozent der Teilnehmer an dieser Erhebung sind leitende Angestellte des jeweiligen Unternehmens.

Basis: n = 684

Fehlend: n = 22



- Methodik
- Ergebnisse
- Stichprobenmerkmale
- **Fazit**

Sehr geehrte Damen und Herren,

nach hohen Umsätzen im Weihnachtsgeschäft sinken die Umsätze im Januar erwartungsgemäß deutlich. Dennoch erreicht der e-KIX für die aktuelle Lage gute 99,8 Punkte, was auf eine insgesamt neutrale Stimmung im Online-Handel hinweist. Der Blick in die Zukunft fällt bei den Online-Händlern trotzdem sehr positiv aus. Der e-KIX für die erwarteten Umsätze steigt um 13,2 Punkte und erreicht einen Wert von 141,9 Punkten. Der Anteil der Online-Händler, die eine weitere Steigerung der Online-Umsätze in den nächsten zwölf Monaten erwarten, übersteigt den Anteil derjenigen, die mit einer negativen Umsatzentwicklung rechnen, also um 41,9 Prozentpunkte.

Damit gucken die Online-Händler positiver in die Zukunft als die stationären Einzelhändler. Ein Vergleich mit den Erwartungen der Online-Shopper zeigt sich, dass die Shopper wesentlich zurückhaltender sind, wenn es um die zukünftig geplanten Online-Ausgaben handelt. Nachdem sie zu Weihnachten viel Geld ausgegeben haben, ist nun – wie auch schon im Dezember – immer noch Sparen angesagt. Während 13,3 Prozent der Onlinehändler eine starke Verbesserung der Umsätze erwartet, gehen nur 2,2 Prozent der Shopper davon aus, dass sich ihre Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten stark steigern werden.



Maria Klees

Projektmanagerin E-Commerce-Center Handel



Die Institut für Handelsforschung GmbH ist ein Forschungs- & Beratungsunternehmen mit empirisch basierten Businesslösungen für den Off- und Online-Handel. Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) ist am Institut für Handelsforschung für den Bereich E-Commerce (elektronischer Handel) zuständig und blickt auf mehr als 10 Jahre Erfahrung in Forschung und Beratung im elektronischen Handel zurück.

Als Branchen-Kompetenzzentrum des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Netzwerks der Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr berät das ECC Handel Unternehmen zu aktuellen Fragen des E-Commerce.

Zusätzlich führt das ECC Handel Forschung, Projekte und Beratung für private und öffentliche Auftraggeber durch. Auf der Website stehen umfassende kostenfreie Informationen von Suchmaschinenmarketing bis Social Media zur Verfügung.



Die E-Commerce-Plattform Rakuten ist einer der führenden deutschen Anbieter von Onlineshop-Lösungen (mit angeschlossenem Shopping Portal) und bietet eine vielfältige und ständig wachsende Produktpalette.

Besucher von www.rakuten.de haben momentan die Möglichkeit unter etwa neun Millionen Produkten von über 5.000 aktiven Händlern in ganz Deutschland zu wählen. Die Komplettlösung eignet sich perfekt für E-Commerce Einsteiger oder als leistungsstarker Vertriebskanal für bestehende Online-Shops sowie als Multichannel-Lösung für den stationären Einzelhandel.

Rakutens Full-Service-Angebot beinhaltet die komplette Zahlungsabwicklung, die Kundenkommunikation während des Bestellprozesses, die kontinuierliche Aktualisierung von Geschäftsbedingungen sowie die Übernahme des Risikos von Zahlungsausfällen.



Trusted Shops ist mit über 10.000 zertifizierten Online-Shops Europas führender Vertrauensdienstleister für den e-Commerce. Das 1999 gegründete Kölner Unternehmen überprüft die Händler nach mehr als 100 Einzelkriterien wie Bonität, Preistransparenz, Kundenservice und Datenschutz und vergibt daraufhin sein begehrtes Gütesiegel. Außerdem bietet Trusted Shops dem Verbraucher einen einzigartigen Käuferschutz für seine Einkäufe bei zertifizierten Händlern.

Die Trusted Shops GmbH beschäftigt zur Zeit mehr als 100 Mitarbeiter am Standort Köln, darunter zahlreiche Wirtschaftsjuristen, die die Prüfung der Mitgliedshändler vornehmen. Zu den Kunden zählen WDR, Neckermann.ch, Brands4Friends, Bon Prix, Red Coon, fahrrad.de, Edeka24, Hess Natur, Music Store, Commerzbank, Euronics, Atelco sowie eine Vielzahl kleiner und mittelständischer Unternehmen.

Trusted Shops wurde während der Entwicklung von der Europäischen Kommission für effektiven Verbraucherschutz und Mittelstandsförderung unterstützt. Sowohl die Initiative D21 als auch Stiftung Finanztest (Ausgabe 01/2008) und Computer Bild (Testsieger in Ausgabe 03/2009) empfehlen Trusted Shops als sichere Orientierungshilfe im E-Commerce.



Maria Klees
m.klees@ecc-handel.de



E-Commerce-Center Handel
c/o IfH Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Straße 401 b
50858 Köln

Tel.: (0221) 943607-77

Fax: (0221) 943607-59

www.ecc-handel.de

www.ecc-konjunkturindex.de

